



MUSIQUEPLUS

Propulser une marque issue de **la télévision**
dans le monde des **médias numériques**



a+traction

LA GENÈSE ET LE PARI *MUSIQUEPLUS*

RÉINVENTER UNE MARQUE ICONIQUE

- Miser sur la puissance d'une marque mythique, sans tomber dans la nostalgie.
- Et si MusiquePlus naissait en 2026?
- Choisir TikTok comme véritable destination, pas comme outil promotionnel.
- Rejoindre une nouvelle génération qui n'a jamais connu la chaîne.

CONVAINCRE ET BÂTIR UN MODÈLE

- Rallier des partenaires autour d'une vision encore à concrétiser.
- Positionner MusiquePlus comme un nouveau média culturel, pas simplement une marque nostalgique.
- Proposer des partenariats intégrés naturellement aux contenus, au-delà de la simple visibilité.

A person with long dark hair is seen from behind, holding a smartphone up to take a photo of a large, illuminated 'MUSIQUEPLUS' logo at a concert. The logo is a stylized globe with a grid pattern, and the text 'MUSIQUEPLUS' is written in a bold, sans-serif font across it. The background is dark with red and blue stage lights.

MUSIQUEPLUS SUR TIKTOK AUJOURD'HUI

1.

PERFORMANCE GLOBALE & PORTÉE



8,4 M

de vues
de publications



5,6 M

de spectateurs
uniques au total



1,1 M

de nouveaux
spectateurs recrutés



56,3 K

abonnés
au total

2.

ENGAGEMENT DE LA COMMUNAUTÉ



508,8 K

J'aime



21,7 K

Partages



7,3 K

Commentaires



85,6 %

du trafic provient
du fil Pour toi
(exposition organique virale)

3.

PROFIL DE L'AUDIENCE



Démographie :

64 %

de femmes

36 %

d'hommes
(spectateurs)



Cœur de cible (Âge) :

68,5 %

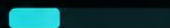
des spectateurs ont
entre 18 et 34 ans

45,2 %



25-34 ans

23,3 %



18-24 ans



MUSIQUE **PLUS**

DÉCOUVREZ LA VIDÉO

PLONGEZ DANS L'UNIVERS
DU NOUVEAU MUSIQUEPLUS



VISIONNER LA VIDÉO

UNE NOUVELLE GÉNÉRATION. UNE NOUVELLE ÉNERGIE.



SCANNEZ POUR VOIR

TIKTOK / @MUSIQUEPLUS

RECRÉER **MUSIQUEPLUS**

POUR UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

1. REDÉFINIR L'ADN DE LA MARQUE

- Réinventer MusiquePlus sans perdre son essence : proximité, spontanéité, découverte et audace.
- Éviter le piège de la nostalgie pour séduire une nouvelle génération.
- Bâtir une véritable marque média, pas seulement un compte TikTok.

2. CHOISIR LES VJ ET CRÉER AVEC EUX

- Miser sur des créateurs plutôt que des animateurs traditionnels, avec leur propre univers et leur communauté.
- Réunir des personnalités complémentaires : musique, humour, lifestyle et culture web.
- Créer AVEC les VJ, pas POUR eux, en misant sur leurs idées et leur instinct.
- Préserver leur liberté créative dans un cadre éditorial commun.
- Favoriser la spontanéité, l'authenticité et l'expérimentation.

3. DÉPLOYER LA MARQUE ET RALLIER LE PUBLIC

- Réactiver la communauté initiale tout en conquérant une nouvelle génération.
- Installer des visages, des rendez-vous et une identité reconnaissable.
- Faire de MusiquePlus un réflexe culturel quotidien.
- Au-delà des vues, recréer un véritable sentiment d'appartenance.



TRANSFORMER LA VISION EN CONTENU

1.

CONCILIER LES UNIVERS ET LES CONTRAINTES

- Faire collaborer créateurs, artistes, maisons de disques et partenaires.
- Composer avec les droits musicaux, les disponibilités et les calendriers des artistes.
- Préserver l'authenticité du contenu en faisant confiance aux VJ et à leur créativité.

2.

RÉINVENTER ET CHOISIR LES BONS CONTENUS

- Sortir de l'entrevue promotionnelle traditionnelle avec des angles originaux et accrocheurs.
- Proposer ce que les artistes ne font pas déjà sur leurs propres plateformes.
- Trouver l'équilibre entre viralité et identité de marque : divertir, découvrir, fidéliser et faire réagir.
- Analyser les performances sans laisser l'algorithme dicter la programmation.

3.

PRODUIRE AUTREMENT

- Miser sur la rapidité, la légèreté et la flexibilité.
- Réduire le délai entre l'idée, le tournage et la diffusion.
- Saisir les occasions et réagir à l'actualité en temps réel.
- Maintenir volume, qualité et cohérence éditoriale.
- Combiner la rigueur de la télévision à l'agilité du numérique.



DE CRÉATEUR À VJ **MUSIQUEPLUS**

ÊTRE VJ EN 2026

RÉINVENTER UN RÔLE MYTHIQUE

1.

UN NOUVEAU RÔLE, UNE NOUVELLE RELATION AU PUBLIC

- Reprendre le flambeau d'une marque iconique et réinventer le rôle de VJ pour une nouvelle génération.
- Aller au-delà de l'animation : découvrir, tester, rencontrer, réagir et devenir un véritable passeur culturel.
- Miser sur sa personnalité, son authenticité et sa proximité avec la communauté.
- Faire de sa liberté créative et de son identité une partie intégrante du contenu.

2.

LA FORCE DE LA COLLABORATION

CE QUE MUSIQUEPLUS APPORTE AUX CRÉATEURS

- Un accès privilégié aux artistes, aux événements et à de nouvelles expériences.
- La puissance d'une marque reconnue et le soutien d'une équipe de production.
- La liberté de proposer des idées, d'expérimenter et de développer de nouveaux formats.

PARTICIPER À LA RÉINVENTION

- Conserver son identité tout en contribuant à une aventure collective.
- Collaborer avec d'autres talents pour repousser les limites de la création.
- Ne pas seulement incarner MusiquePlus, mais participer activement à définir son avenir.





MUSIQUEPLUS: **LES 4 CLÉS DE NOTRE RÉINVENTION**

1

UNE MARQUE FORTE, MAIS TOURNÉE VERS L'AVENIR

La notoriété ouvre des portes, mais c'est la pertinence qui crée l'engagement. Réinventer une marque iconique, c'est préserver son ADN sans chercher à reproduire son passé.

2

CRÉER AVEC LES TALENTS, PAS POUR EUX

L'authenticité ne se commande pas. Donner aux créateurs la liberté de s'approprier la marque, d'exprimer leur personnalité et de participer à son évolution est au cœur du modèle.

3

PENSER COMME UN MÉDIA, AGIR COMME UN CRÉATEUR

Allier la vision éditoriale et la rigueur de la télévision à la spontanéité, à la rapidité et à l'agilité du numérique. Ne pas simplement suivre les tendances, mais créer des contenus qui ont une véritable identité.

4

BÂTIR UNE COMMUNAUTÉ, PAS SEULEMENT UNE AUDIENCE

Les vues permettent de rayonner, mais ce sont les rendez-vous, les personnalités et le sentiment d'appartenance qui construisent une marque durable.